

В.В. КОВАЛЕНКО, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХПІ», Харків,
О.В. КЛИМЕНКО, студент, НТУ «ХПІ», Харків.

ВИРОБНИЦТВО УНІКАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ПОКРАЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Дана стаття присвячена достатньо актуальній, проте мало вивченій темі. Інноваційна діяльність, її розвиток, проблеми та шляхи покращення широко розглядаються в науковій літературі, але в даній статті ми зосередимо увагу на такому напрямку покращення й прискорення інноваційного розвитку, як виробництво унікальної продукції.

Данная статья посвящена достаточно актуальной, однако мало изученной теме. Инновационная деятельность, ее развитие, проблемы и пути улучшения широко рассматриваются в научной литературе, но в данной статье мы сосредоточим внимание на таком направлении улучшения и ускорения инновационного развития, как производство уникальной продукции.

This article reviews actual, but little studied topic. Innovative activity, its development, problems and improvement ways are widely considered in the scientific literature, but in given article we will concentrate attention to such direction of improvement and acceleration of innovative development, as manufacture of unique production.

Зростання глобальної та регіональної конкуренції, перехід до більш економічно ефективних, гнучких та чутливих до змін у бізнес-середовищі організацій висуває необхідність у новому підході до управління бізнесом. Одною з сучасних тенденцій стала індивідуальна спрямованість замовлень [6]. Ще зовсім недавно для промисловості був характерний випуск продукції великими й однорідними партіями, але сучасна ситуація виглядає дещо інакше: сьогодні мова йде про диверсифіковане, середньо – й дрібносерійне виробництво. Це означає, що якщо раніше робота більшості спеціалістів на промисловому підприємстві являла собою досить одноманітний процес, то вимоги сучасності ставлять перед представниками всього технологічного ланцюга низку творчих задач і новітніх підходів до їхнього вирішення [5].

Ринок індивідуальних замовлень передбачає виробництво продукції з урахуванням конкретних потреб, тому при укладенні договору виникає необхідність у формуванні ціни виробу й термінів його виготовлення при відсутності достовірної статистичної інформації.

Вирішенню цього завдання сприяє розвиток корпоративних інформаційних систем, які дають змогу накопичувати й оперативно аналізувати значні об-

сяги конструкторсько-технологічної, виробничої та фінансової документації [3].

Традиційно використовують наступні класифікації промислової продукції: за призначенням, за способом виробництва, за сферою споживання й за ступенем новизни. Загальноприйнятого поняття «унікальна продукція» не існує. Найближчі за значенням терміни: одинична й нова продукція. Поняття «одинична продукція» пов'язане безпосередньо з виробництвом продукції, охоплює не весь життєвий цикл продукції, а також обмежує кількість продукції невеликим обсягом. Нова продукція пов'язана з іншою точкою зору на продукт: для неї важливо бачити потреби і нове бачення їхнього задоволення. У якості нової продукції можуть виступати: удосконалена продукція і нова продукція. Унікальна продукція – це нова (або модифікована) продукція, вироблена разово для конкретного споживача [1].

Головними особливостями унікальної продукції є наступні:

1. Продукція призначена для унікальної потреби або методу її задоволення.
2. Продукція розробляється і створюється як разове замовлення, що подовжує терміни виробництва і вимагає гнучкого і великого конструкторсько-технологічного потенціалу для створення або модернізації різноманітної продукції [4].

Для формування характеристик унікальної продукції необхідно розглянути процес трансформації потреби клієнта в ефект від споживання товару. Існує два підходи до опису життєвого циклу: системний та процесний. Перший описує продукцію як систему, виражає бачення споживача й зображується як зародження потреби, купівля, експлуатація та ліквідація. Процесний підхід розглядає продукцію з точки зору процесу виробництва та збуту. Життєвий цикл складається з таких етапів, як: розробка, виробництво, збут, супровід. Об'єднавши нову й одиничну продукцію для унікальної продукції життєвий цикл доречно визначити наступним чином: початковий етап – формування потреби, а кінцевий – утилізація. Пропонуються наступні етапи: поява потреби, створення

проекту, виробництво, продаж, установка (налагодження), експлуатація, утилізація. Наведений цикл існування продукції є завершеним, тому що охоплює повний цикл життя, тобто відображає мету існування (потреба і її задоволення), і показує участь носія циклу (споживача, виробника) [2].

Специфікою унікальної продукції є необхідність узгодження вимог до якості на ранньому етапі. Обґрунтування варіантів договірної ціни є функцією виробника, що вимагає наявності аналітичної бази та спеціальної методики [7].

Інноваційна діяльність не тільки на рівні підприємства, але й у загальнодержавному масштабі, виступає як об'єкт об'єднання інтелектуальних, фінансових, матеріальних та інших ресурсів з метою отримання економіко-соціального ефекту. На сьогодні в Україні немає інноваційних процесів, що інтенсивно протікають. Після проведення досліджень низки підприємств виявилось, що керівники слабо прихильні до їхнього розвитку.

Слід також зазначити, що процес створення інновацій складний і тривалий. Тож при запуску інновацій необхідно керуватися правилом «не нашкодь» і завжди оцінювати довгостроковий ефект від впровадження новинки. Отже, інвестування капіталу у виробництво унікальної продукції є досить перспективним, але для реалізації подібних проектів слід активізувати й інші шляхи покращення інвестиційного процесу.

Список літератури: 1. *Гордієнко Л.Ю.* Інноваційний менеджмент: Конспект лекцій. Х.: Харківський державний економічний університет, 2009. 2. *Василенко В.* Інноваційний менеджмент. Навч. пос.- К.: ЦУЛ, 440с. 3. *Забелін П.В., Моисеева Н.К.* Основи стратегічного управління: Учеб. посібник. – К.: Информ.-упровадження. центр «Маркетинг», 1998. – 195с. 4. Інноваційна політика промислового підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Мішустін Юрій Віталійович / Харківський держ. економічний ун-т. – Х., 2008. – 20 с. – укр. 5. *Данилевська О.Є.* Теоретичні аспекти інноваційного процесу як фактора ефективного розвитку // Наук. Вісн. – К.: Нац. аграр. ун-т, 2006. – Вип. 24. – С.295 – 300. 6. *Лапко О.Н.* Інноваційна діяльність в системі державного регулювання – К.: ІЕП НАНУ, 2004 – 516 ст. 7. *Покропивний С.Ф., Новак А.П.* Ефективність інноваційно- інвестиційної діяльності: Зб. навч -метод. матеріалів. – К.: КНЕУ, 2007. – 216 с. 8. *Стадник В.В., Йохна М.А.* Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. – Київ: Академвидав (Альма-матер), 2006 – 464 с.

Надійшла до редколегії 17.05.2011